

各 位

会 社 名 株式会社トランザクション
代 表 者 代表取締役社長 石川 諭
(銘柄コード 7818：東証第一部)
問合せ先 取締役 北山 善也
電 話 03-6861-5577

「第3次中期経営計画（2020年8月期～2022年8月期）」の策定に関するお知らせ

当社は、2017年10月12日に公表しました「第2次中期経営計画（2018年8月期～2020年8月期）」につきまして、昨今の業績を踏まえ見直すこととし、新たに2020年8月期を初年度とする3ヶ年の「第3次中期経営計画（2020年8月期～2022年8月期）」を策定いたしましたので、お知らせいたします。

記

当社グループは創業以来、雑貨にファッションやトレンド要素を取り入れた「モノづくり」にこだわり、雑貨製品の企画、製造、販売を事業の主軸として、コーポレートスローガン「挑戦するって面白い」を掲げ、積極的に新規事業に取り組み成長を続けております。

「第2次中期経営計画（2018年8月期～2020年8月期）」においては、新規事業の成長率の推測が難しいことから、最終年度の業績目標に幅をもたせて公表しておりました。しかしながら、第2次中期経営計画の2年目を終え、当社グループの主力事業が好調に推移したこと、新規事業と位置づけていた「トラベル関連製品事業」「ペットウェア・関連製品事業」「EC事業」「エシカルブランド事業」(※)の成長性に確信が得られたため、中期経営計画を見直し「第3次中期経営計画（2020年8月期～2022年8月期）」を策定いたしました。

※ 自社オリジナルエコバッグブランド「MOTTERU」を中心とし、「エシカル消費活動」を後押しする製品の開発と販売を目的とした事業。

本計画では、当社グループが創業以来主軸としている雑貨製品の企画、製造、販売を行なうコア事業に、新規事業から成長事業として、新たなステージを向かえる「トラベル関連製品事業」「ペットウェア・関連製品事業」「エシカルブランド事業」の3つの事業を柱に加え、さらにはEC戦略への強化に取り組み、業容の拡大を図っていくことを基本としております。また、新たな取組みとして製品カテゴリの拡充を織り込み、更なる成長を目指す経営計画となっております。

当社は、グループ一丸となって本中期経営計画を着実に実行し、経営課題を克服することにより、確固たる経営基盤を構築してまいります。

株主の皆様、お取引先様をはじめとした多くの関係者の皆様には、これまで以上のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

(注) 本資料に記載されている数値目標や将来の見通しは、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は、様々な要素により記載目標または見通しなどと異なる可能性があります。

以上

TRANSACTION

TRANSACTIONグループ 第3次中期経営計画 (2020年8月期～2022年8月期)

2019年10月10日

株式会社 TRANSACTION

東証1部 証券コード
(7818)

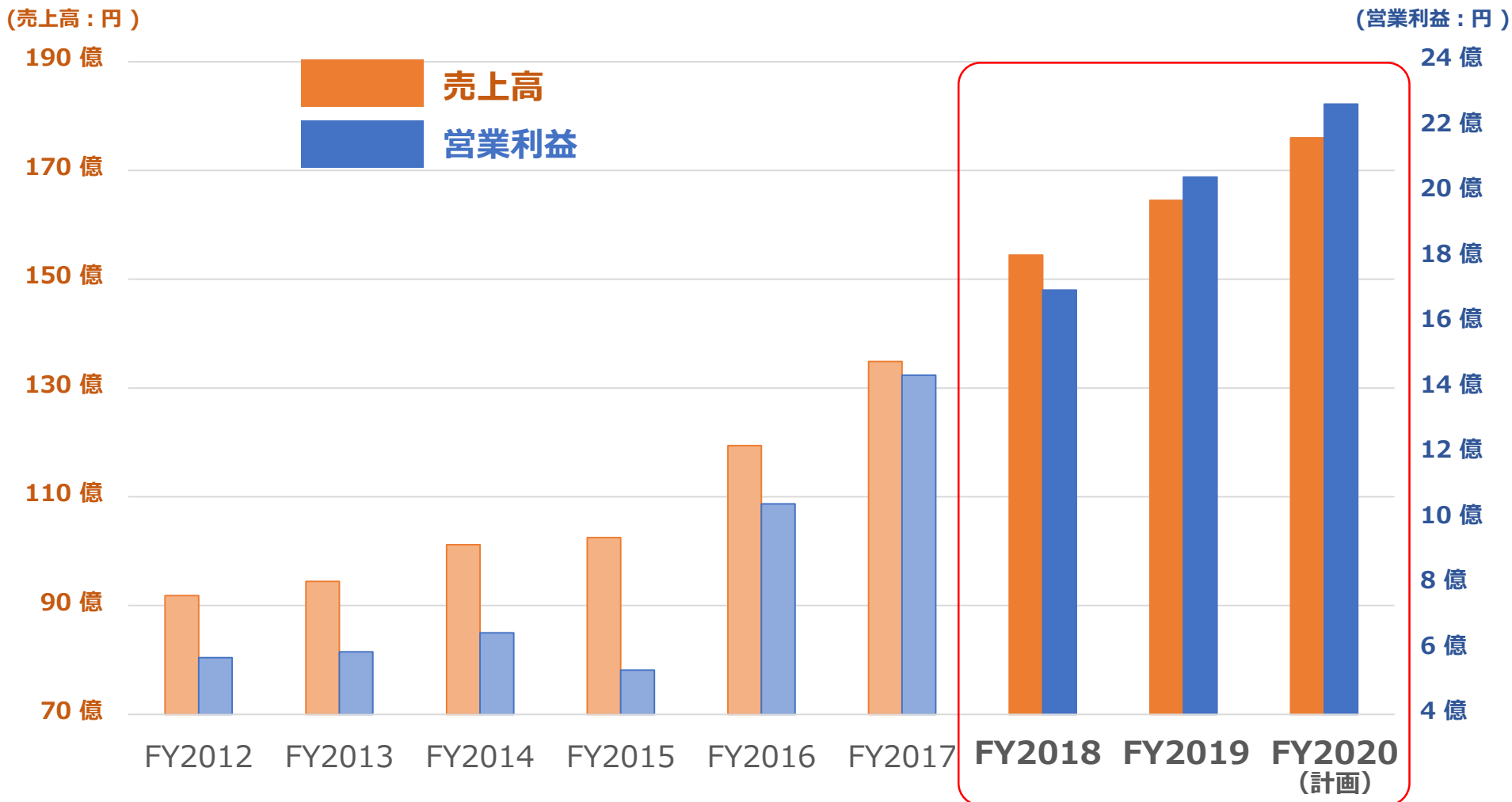
トランザクショングループ
第2次中期経営計画 振り返り
(2018年8月期～2020年8月期)

振り返り（業績推移）

～FY2014

第1次中期経営計画

第2次中期経営計画



振り返り（売上高・営業利益・営業利益率）

売上高

計画数値

170億～270億

200
(億円)

180

160

140

120

100

FY2017 FY2018 FY2019 FY2020
(計画)

154.4
億

164.5
億

176.0
億

第2次中期経営計画

営業利益

計画数値

20億～45億

25
(億円)

20

15

10

FY2017 FY2018 FY2019 FY2020
(計画)

17.0
億

20.4
億

22.7
億

目標達成

第2次中期経営計画

営業利益率

計画数値

11.8%～16.7%

14.0
(%)

13.0

12.0

11.0

10.0

9.0

8.0

FY2017 FY2018 FY2019 FY2020
(計画)

11.0
%

12.4
%

12.9
%

目標達成

第2次中期経営計画

振り返り（事業別評価）

《 コア事業 》

| 区分 | コメント | 評価 |
|-------------|--------------------------|----|
| カスタムメイド雑貨事業 | エンタテインメント業界におけるOEM物販品が好調 | ○ |
| オリジナル雑貨事業 | エコバッグやタンブラー等の主力製品が好調 | ○ |

《 新規事業 》

| 区分 | コメント | 評価 |
|----------------|--|----|
| トラベル関連製品事業 | 「極上」「究極」シリーズの展開を開始 ライセンスコラボ製品を拡充 | ◎ |
| ペットウェア・関連製品事業 | ペットウェア以外の周辺アイテムを取扱開始 ライセンスブランドを拡充 | ◎ |
| 次世代タバコ事業 | 「iBuddy」シリーズ等の新製品を投入するものの、 店舗販売が不調（4店舗閉店） | △ |
| E C事業 | 「販促スタイル」をリニューアル SEO対策、広告強化、製品拡充などが奏功し売上急伸 | ◎ |
| グローバル事業 | IPPAG・Prominateを通じて日本向けの案件を受注するものの、 海外向けの受注には至らず | △ |
| 海外ブランド総輸入代理店事業 | モレスキンの高級ノートが好調を維持するものの、 その他ブランドの開拓ならず | ○ |
| 新たな事業 | ポップアップストア運営開始、W TOKYO資本業務提携、 エシカルブランド「MOTTERU」のリブランディング | ○ |

振り返り（2ヶ年の取り組み）

| 年月 | 概要 |
|------|--|
| 2017 | 9月 「販促スタイル」リニューアルオープン |
| | 10月 ZOZOTOWNで初となるペットウェア雑貨ショップ「PET'S CLOSET ～dog & cat～」オープン（ペットウェア・関連製品事業） |
| 2018 | 1月 コーポレートスローガンの制定 |
| | 4月 ポップアップストアの運営開始 |
| | 10月 自己株式の取得を開始 |
| 2019 | 1月 資本金の額の減少 株主優待制度の拡充 |
| | 2月 「ANNA SUI（アナ スイ）」のサブライセンス契約を締結（ペットウェア・関連製品事業） |
| | 4月 「MOTTERU」リニューアル |
| | 6月 株式会社W TOKYOと資本業務提携契約を締結（東京ガールズコレクション運営会社） |
| | 7月 印刷・加工・内職等の最終工程を行う新工場が竣工 |
| | 「BEAMS DESIGN（ビームス デザイン）」のライセンス契約を締結（トラベル関連製品事業） |

第2次中期経営計画の振り返り（総括①）

《 業績目標 》

| 区分 | FY2017 実績 | 第2次 中期経営計画 | FY2019 実績 | 2ヶ年伸長率 (FY2017比) |
|--------|--------------|--------------------|--------------|---------------------|
| 売上高 | 134.8億 | 170.0億 ~ 270.0億 | 164.5億 | 122.0% |
| （既存事業） | （116.8億） | （ 143.0億 ） | （136.1億） | （116.5%） |
| （新規事業） | （17.9億） | （ 27.0億 ~ 127.0億 ） | （28.3億） | （158.6%） |
| 営業利益 | 14.3億 | 20.0億 ~ 45.0億 | 20.4億 | 142.2% |
| 営業利益率 | 10.7% | 11.8% ~ 16.7% | 12.4% | +1.7ポイント |

営業利益、営業利益率は1年前倒しで下限目標を達成。
第2次中期経営計画は2ヶ年で終了し、
FY2020から3ヶ年の新たな中期経営計画を策定。

第2次中期経営計画の振り返り（総括②）

《 株主還元 》

| 区分 | 第2次 中期経営計画 | FY2019 実績 |
|----------|---------------|--------------|
| 配当性向 | 33%目安 | 35.6% |
| 1株あたり配当金 | 15円～34円 | 16円 |
| 株主優待 | 年2回の実施を継続 | 年2回実施 |

配当性向33%を基本方針として配当金を実施。

※FY2019は減損損失を加味しなかった場合の配当性向は概ね33%。

株主優待は、2,000円相当から3,000円相当の優待品に拡充。

《 人財政策 》

| 区分 | 第2次 中期経営計画 | FY2019 実績 |
|------------|---------------|--------------|
| 女性管理職比率 | 20.0%以上 | 21.3% |
| 事業会社の取締役人数 | 15名 | 7名 |

トランザクションとして初の女性取締役が就任。事業会社の社長も兼務。

※FY2019実績は2019年9月1日時点となります。

トランザクショングループ
第3次中期経営計画
(2020年8月期～2022年8月期)

| | FY2019 実績 | 中期経営計画 (FY2022) | 3ヶ年増減 | |
|---------------------|--------------|--------------------|-------|------------------------|
| | | | 金額 | 比率 |
| 売上高 | 164.5億 | 208.0億 | 43.4億 | 126.4% |
| 営業利益 | 20.4億 | 31.0億 | 10.5億 | 151.5% |
| 営業利益率 | 12.4% | 14.9% | — | +2.5 ¹ ポイント |
| 経常利益 | 20.7億 | 31.1億 | 10.4億 | 150.3% |
| 親会社株主に帰属 する当期純利益 | 12.8億 | 20.7億 | 7.8億 | 160.8% |

エコプロダクト

環境負荷を軽減させる製品

～ エコバッグ ～



～ タンブラー・サーモボトル等 ～



ライフスタイル プロダクト

多様化するコト消費に
対応する製品

～ エンタメ業界 ～



～ トラベル関連 ～ ～ ペット関連 ～



ウェルネス プロダクト

健康リスクを
低減する製品

～ ヘルスケア ～



～ 次世代タバコ ～



NEW プロダクト

新たな
カテゴリの
創出

Coming
soon...

■ 環境問題への関心、エコ意識の高まりへ

【レジ袋の有料義務化】

コンビニやスーパー等すべての小売店を対象に、早ければ2020年4月よりスタート。くり返し使用できる「エコバッグ」が注目を浴びている。



【海洋汚染の深刻化】

年間3億トンのプラスチックゴミにより、2050年には海中プラスチックの重量が魚の重量を超える予測。なかでもペットボトルは最大のごみで生態系への影響も懸念される。



【大手企業による脱プラへの取り組み加速】

ペットボトルやプラ製ストローの使用を禁止するなど、企業・行政がそれぞれの対応策を実施。



【使い捨てプラスチックの使用を規制強化】

フランス、イギリス、インド、ケニア、ニューヨーク（米）、台湾など各国・各地域で規制強化が進む。



【新興国による廃棄プラの輸入制限、禁止】

中国、インドネシア、フィリピン、マレーシアなどで輸入を制限。



■ 主力製品を確実に伸ばし売上伸長へ

エコバッグ販売数

レジ袋有料化を追い風に販売を加速



約**3,500**
万枚

約**2,200**
万枚

FY2017

FY2018

FY2019

FY2022
(計画)

タンブラー・サーモボトル等販売数

ペットボトルを使わない「マイボトル」の定着へ



約**370**
万個

約**230**
万個

FY2017

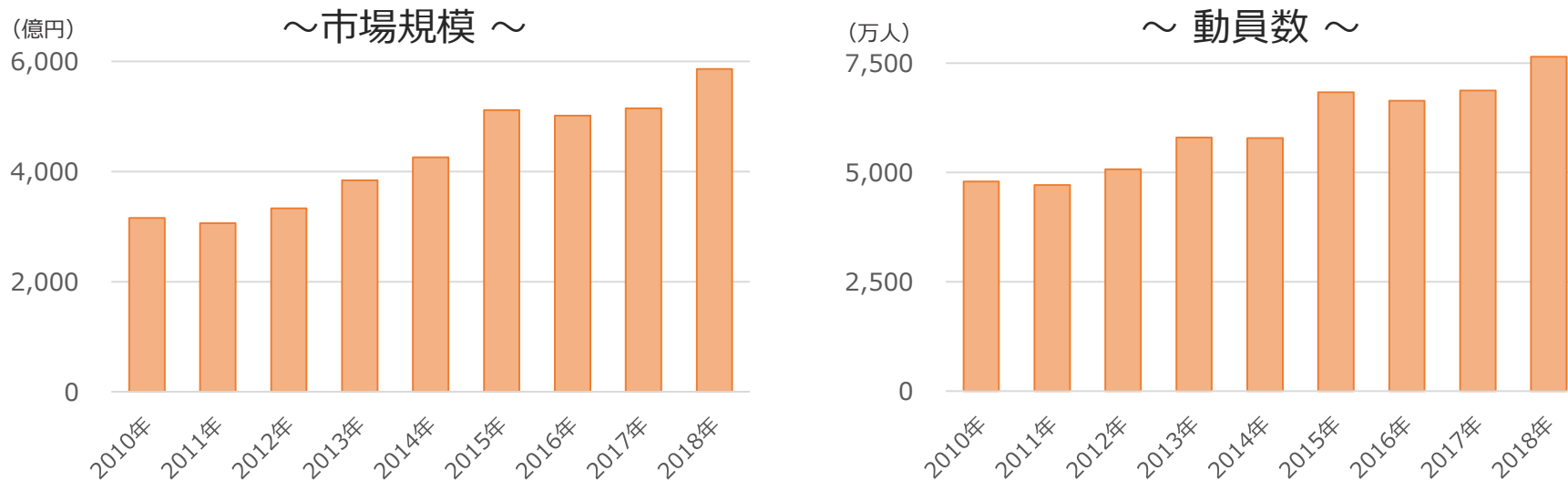
FY2018

FY2019

FY2022
(計画)

■ 多様化する「コト」消費。今後も消費拡大が見込まれる

ライブ・エンタテインメント市場 (出所：ぴあ総研)



現在、何にお金を使っているか？ 今後は何に使いたい？

| 項目 | 現在 | 今後 |
|--------------|-------|---------|
| 旅行 | 24.0% | → 47.7% |
| レジャー | 14.7% | → 28.7% |
| ライブやイベント、フェス | 10.8% | → 16.2% |
| 趣味 | 27.4% | → 36.8% |

ペットも家族の一員だと思うか？

| 2016 | 2018 |
|-------|---------|
| 24.0% | → 47.7% |

(出所：博報堂生活総合研究所 2018)

■ 需要が見込まれるエンタテインメント業界へ注力

業界へのさらなる深耕

グッズの企画・作成から販売まで一括受注するなどクライアントの課題解決に向け全面サポート。

ライブ・フェス

アニメ・映画

コミック

テーマパーク

舞台

イベント

東京ガールズコレクションとの連携強化

オリジナルグッズやコラボグッズ等の「モノづくり」に加え、新たなビジネスを創出。



TOKYO
GIRLS
COLLECTION



IPビジネスの本格化

ポップアップストアに留まらず、IPを最大限に活かして大型案件の獲得へ。



エンタメアイテムの受注率向上

調達力と企画力、営業力のそれぞれを最大限に活かし受注率の向上を図る。



■ 利益率の高い成長事業を新たなステージへ

トラベル関連製品事業

TRAVEL WELL USE GOWELL
gowell

機能性と快適性に優れた
自社ブランド製品の「極上」・
「究極」シリーズや、ポケットモ
ンスターやBEAMSなどの
ライセンスコラボ製品も展開



ペットウェア・関連製品事業

calulu®

自社ブランドの「Calulu」や
アパレルブランドとのライセンス
製品を豊富に取り扱い、様々
なシーンでペットと一緒に過ご
す日々がもっと楽しくなるよう
なアイテムを展開



エシカルブランド事業

M O T T E R U®

「エシカルライフ」を
コンセプトに、環境負荷を
抑え、デザインと機能性を
兼ね備えた製品を展開



E C 事業

MARKLESS STYLE

販促 STYLE

TRAVEL WELL USE GOWELL
gowell

calulu®
ONLINE STORE

Pet's Closet®
~ DOG & CAT ~

vape studio

LIBERTY FLIGHTS®

vape.SHOP
...NICOTINE
From U.S.A.

Rakuten

amazon

楽天

■ 製品強化とMD戦略の両軸による成長を図る

TRAVEL WELL USE GOWELL
gowell

成長
事業

機能性、快適性を追求した製品開発

自社オリジナルブランド「極上」・「究極」シリーズの製品開発を強化。



コラボブランドの製品拡充

人気ライセンスとのコラボ製品拡充により売上を拡大。



売場づくりのMD戦略強化

什器投入し、販売先の売場シェア拡大へ。展開カテゴリーの増加にも対応。



新たなコラボブランドの創出

トラベル製品と親和性の高いキャラクターやブランドを開拓し、顧客の拡大へ。

新たな
人気キャラクターやブランド
とのコラボ

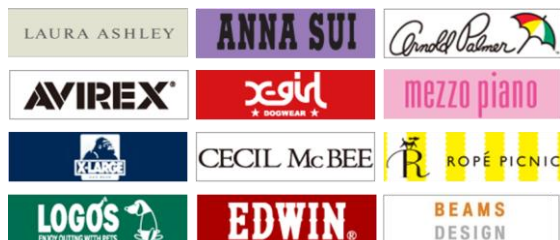
■ 大きな成長に向けて中国市場へ「チャレンジ」

calulu®

成長
事業

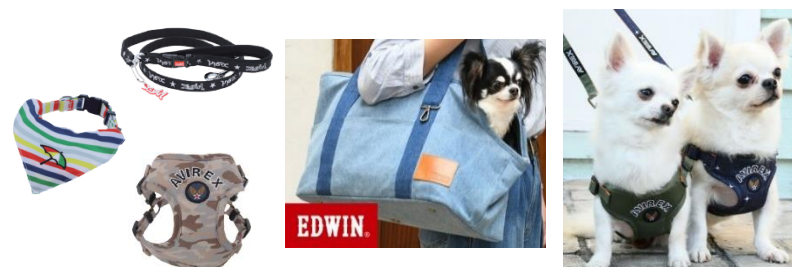
ライセンスブランドの拡充

ターゲット層拡大に向けた
新たなブランドの開拓。



周辺アイテムの拡充

ドックウェアに留まらず、コストとクオリティの
バランスを考慮した周辺アイテムの拡充を図る。



オリジナルブランド「Calulu」の強化

ライセンスブランドに頼らず、利益率の高い
オリジナルブランドとしての成長へ。

calulu®



中国マーケットへの挑戦

まずは中国マーケットの動向や需要を分析し、
国外向けのデザイン・価格帯等を模索、検討。



■ エシカル製品のトップリーダーとして攻めの戦略

MOTTERU®

成長
事業

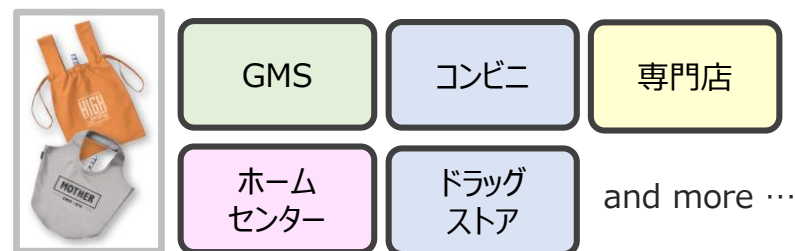
トレンドアイテムの創出

市場のニーズに合った機能性製品を開発し、
売上の主軸となる製品を生み出す。



OEM・ODMの受注獲得

顧客の用途・要望に合わせたオリジナル
エコバッグの提案強化。



コラボ製品としての活用

人気ライセンスとのコラボにより、
幅広い年齢層向けに対応。

人気キャラクター・ブランド
×
MOTTERU



エシカルブランドとしての確立

エコバッグに加え、タンブラー等のエコプロダクツの
拡充を図り、エシカルブランドとして確立を目指す。



成長
事業

- 高粗利を実現する事業として自社サイトへの取り組み強化
顧客に合わせて2つのECサイトを運用。
顧客の要望に合わせたオリジナルアイテムの製作がワンストップで可能。

商品選定
・在庫確認

見積り

デザイン

発注

納品

すべてがワンストップで完結

MARKLESS STYLE

(卸売事業者向け)



卸売事業者・代理店

エンドユーザー企業

販促 STYLE

(エンドユーザー企業向け)



エンドユーザー企業

成長
事業

- E C の利便性を高め、売上拡大と効率化を図る

2020年7月から **リニューアル** 開始!

MARKLESS STYLE



販促 STYLE



- ・ユーザビリティの向上
- ・ユーザーの意見をサイトや製品に反映

クライアントの
利便性向上

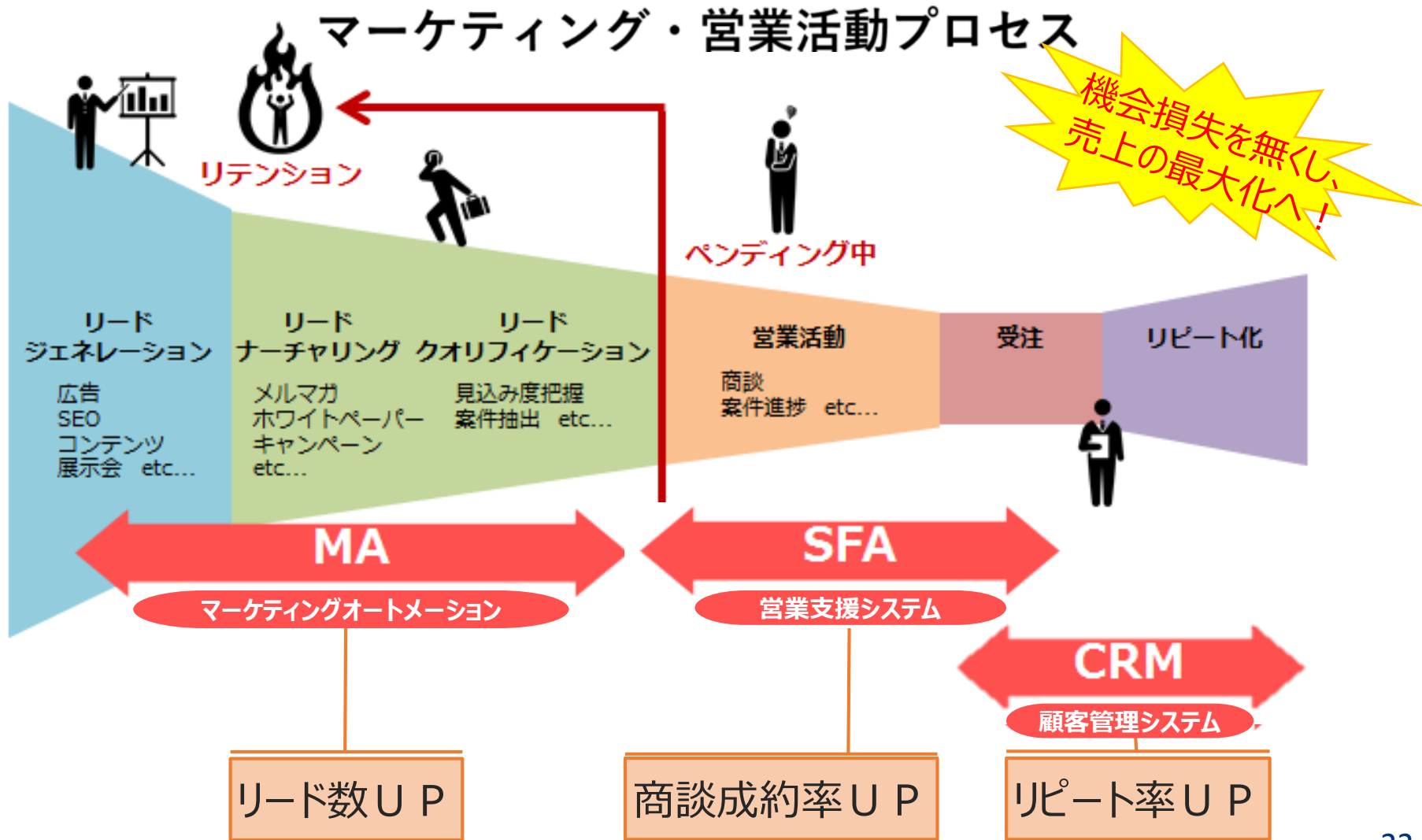
地方クライアントの
受注取込み

EC受注増加による
営業効率の向上

売上高の **15%** を E C からの受注へ!

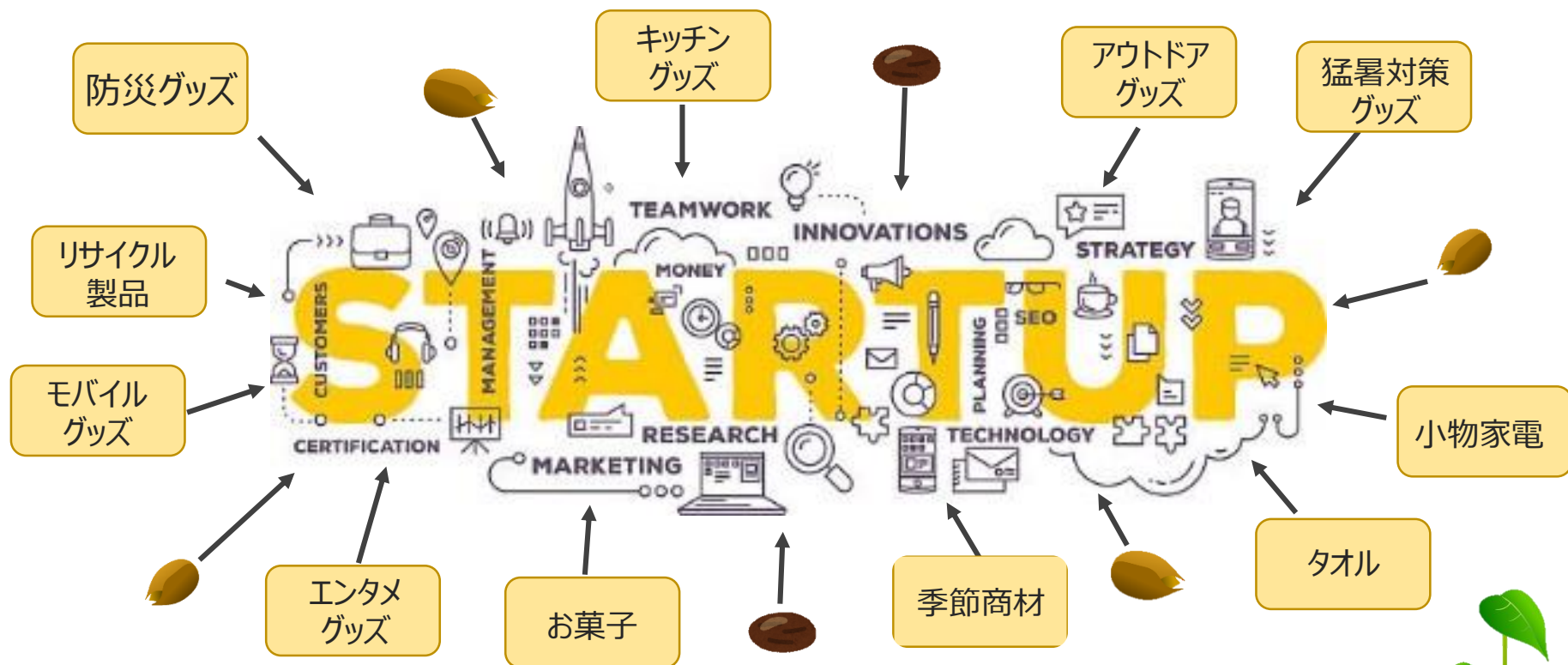
成長
事業

- M A・S F A・C R Mの精度を上げ、売上拡大へ



■ 事業シーズを回収し、事業成長に向けて注力

新たな主力事業の創造へ



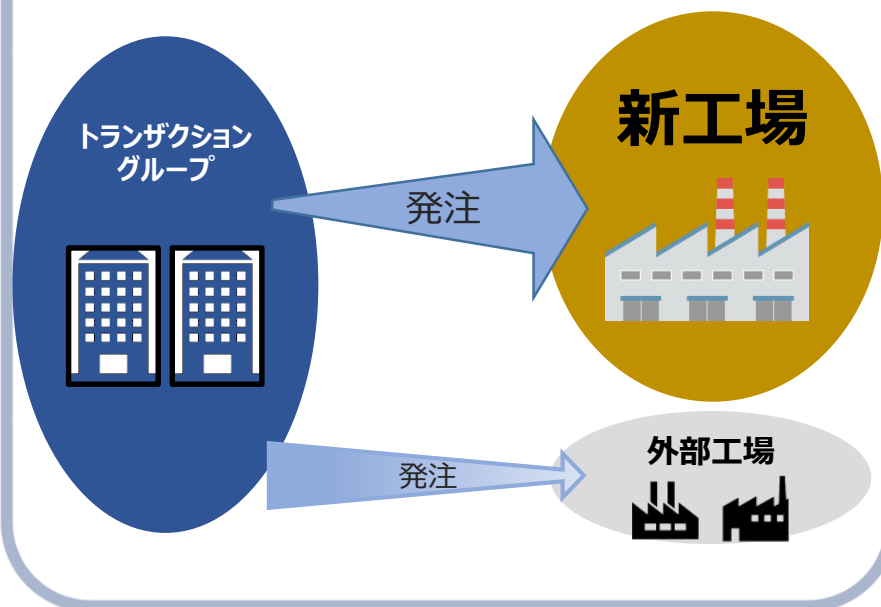
COMING SOON



■ 「ビジネスモデル」の“要”となる新工場 フル稼働へ

生産ラインが拡充し
ボトルネック解消へ

オリジナル製品における
印刷・加工・内職等の最終工程を
最大限に内製化



- ・新たな設備の導入
- ・既存設備の拡充

新たな印刷技術への挑戦と
設備をさらに充実させ
生産性向上



■ 日々変化する外部環境へのリスクヘッジ

適地生産の徹底

為替や人件費、原材料費の変動に応じて適切な生産地を選択

製造原価に影響を与える

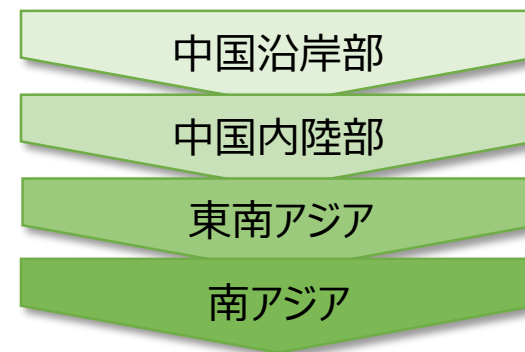
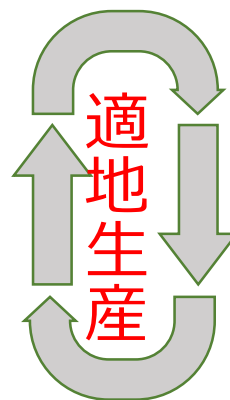
3大要因

為替
変動

各種リスクヘッジ

生産国
賃金

原材料
価格



移動型ファブレスを最大限に活かし

『適地生産の徹底』

と

『柔軟な為替対策』

でリスクヘッジをはかる

| | FY2019 実績 | 中期経営計画 (FY2022) | コメント |
|-----------------|--------------|--------------------|----------------------|
| 株主還元 | | | |
| 1株あたり配当金 | 16円 | 24.0円 | 業績に応じた適正な利益配分を継続 |
| 人財政策 | | | |
| 女性管理職比率 | 21.3% | 25.0%以上 | 女性が活躍する会社を目指す |
| 女性取締役比率 | 12.5% | 25.0%以上 | 女性目線を取り入れた多様性ある経営体制へ |

※1株あたり配当金については2019年8月期末時点の発行済株式総数をもとに試算